

地方の創生(総論及び観光・インバウンド中心に)

- ・広域周遊観光促進のための観光地域支援事業
 - ・世界水準のDMO形成促進事業
-

令和元年11月12日

国土交通省

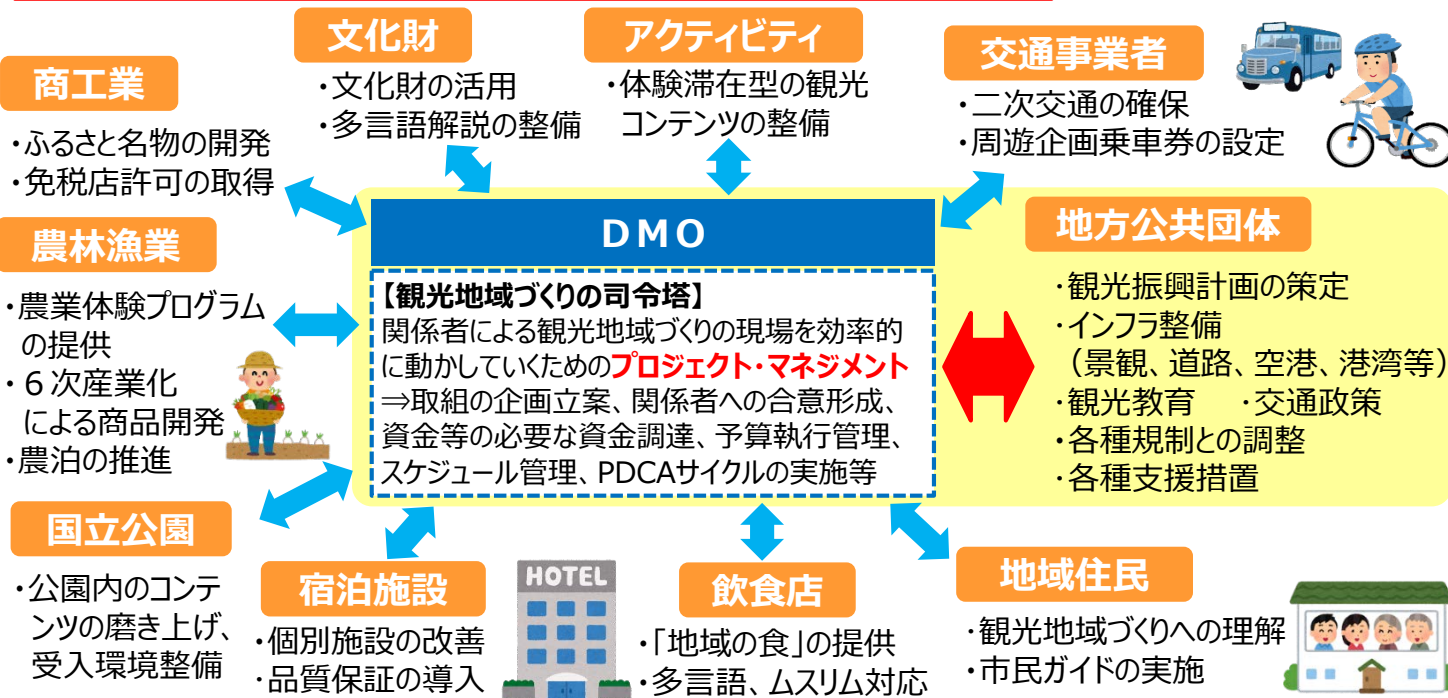
観光地域づくり法人(DMO)

DMO : Destination Management/Marketing Organization

地域の多様な関係者を巻き込みつつ、科学的アプローチを取り入れた観光地域づくりを行う舵取り役となる法人

地域の関係者を巻き込んだ体制の構築

DMOを中心とし、地域の関係者が主体的に参画した体制を構築



ターゲティング等の戦略策定

観光コンテンツの造成

受入環境の整備

地方誘客・旅行消費拡大

DMOの課題

多くのDMOは、「予算・財源」や「人材の確保・育成」を課題として認識。

→ 課題として認識している項目及び割合：「予算・財源」73%、「人材の確保・育成」66%、「インバウンド対応の着地整備」47%、「マーケティング」44%、「情報発信・プロモーション」36%、「関係者の合意形成や組織内のマネジメント」30%

(令和元年8月調査。回答団体数：対象252団体（候補含む）中、218団体。)

調査・戦略策定

エリア：関西

実施主体：関西観光本部

●支援対象の例

- ・DMOのKPI検証・戦略策定に関する調査
- ・流動調査、満足度・リピーター率調査等のマーケティング調査

■広域周遊促進のためのマーケティング調査

【事業内容】

関西地方における訪日外国人旅行者の広域周遊を促進するため、既存の統計調査等を総合的に分析するとともに、訪日外国人旅行者へのヒアリング調査を実施することで、**関西地方を周遊する訪日外国人旅行者の移動パターンは、大阪、京都を拠点として特定の周辺地域を日帰りで観光するというパターンが多いことが分かった。**

取組成果

- ・本調査の分析結果を地方自治体、地域DMO、観光関係事業者等と共有した結果、**大阪、京都に宿泊する訪日外国人旅行者の各地域への周遊を促す誘客のためのコンテンツ造成の取組に活用**されている。



例) 大阪、京都以外に周遊してもらうための、関西圏10エリアにおいて魅力あるコンテンツを造成する取組

滞在コンテンツの充実

エリア：東北

実施主体：八幡平DMO

●支援対象の例

- ・体験型・滞在型コンテンツの企画・造成等
- ・旅行商品造成
- ・名産品開発

■欧米豪向け広域商品造成

【事業内容】

ウィンタースポーツに加え北東北の伝統文化体験を組み込んだ旅行商品を検討・造成するため、**欧米豪から様々な旅行代理店、メディア等を招請し、体験ツアーを実施。**

アメリカのカメラマンを招請したことで、海外メディア及びSNSにおいてツアーの様子などの動画配信につながった。

取組成果

- ・ウィンタースポーツに加え北東北の伝統文化体験を組み込んだ4つの旅行商品等を造成し、スキー情報サイトで販売を開始、令和元年8月までの**半年間で来シーズンに向けて60件の申し込み**を受けている。

県域をまたいだ文化とスポーツをテーマにした旅行商品造成



八幡平のパウダースノー



伝統文化体験（津軽三味線）

受入環境整備

エリア：九州

実施主体：九州観光推進機構

●支援対象の例

- ・二次交通実証実験
- ・人材育成セミナー実施
- ・多言語観光案内アプリ整備
- ・多言語HPによる情報提供

■通訳ガイド活用推進

【事業内容】

九州地域限定の地域限定特例通訳案内士が261名（※）合格しているが、活動人数が少ないため、通訳ガイドのスキルアップ実務研修や旅行会社、人材派遣会社とのマッチングセミナーを実施し、通訳ガイドの活用促進を図った。

※平成30年3月末時点

取組成果

- ・福岡、鹿児島等において実施した実務研修（合計72名の通訳ガイド等が出席）やマッチングセミナーにより、通訳ガイドの活動人数が34名から60名に増加し、通訳ガイドにより案内される観光客も年間2,352名から3,499名に増加した。



ガイド研修の様子



マッチングセミナーの様子

情報発信・PR

エリア：中国（山陰）

実施主体：山陰インバウンド機構

●支援対象の例

- ・商談会・旅行博等イベント出展
- ・メディア、インフルエンサー招請
- ・WEB・SNSを活用した広告
- ・プロモーション素材の作成

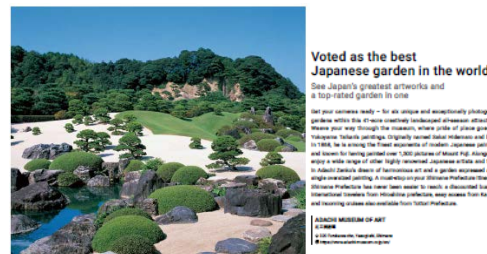
■「縁の道」魅力度向上による滞在促進

【事業内容】

外国人旅行者の滞在時間の延長や、満足度を向上させるため、国立公園満喫プロジェクトや農山漁村地域関連の新たなコンテンツのプロモーション素材を作成し、日本政府観光局（JNTO）のWEBサイトに山陰エリアの記事を掲載した。

取組成果

- ・JNTO本部経由で問い合わせてきたアメリカの旅行会社の山陰視察を案内する機会が得られた結果、その後の具体的な商品化につながり、平成31年3月～11月上旬で、183名（山陰での549泊）の誘客が実現。

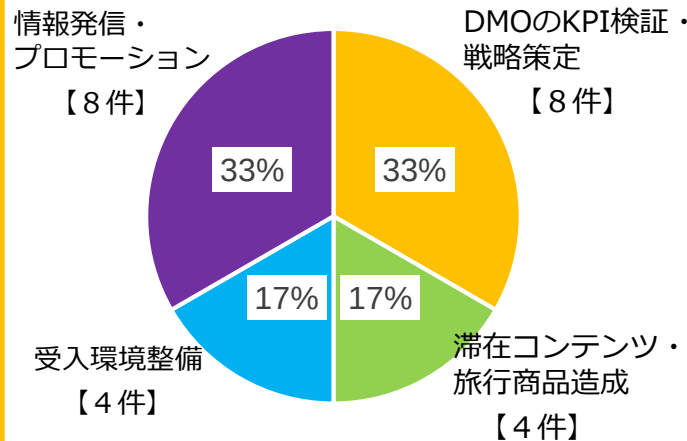


JNTO掲載記事例



旅行会社の山陰視察

DMOが実施する調査の活用状況



地方運輸局等が実施する基礎調査の活用事例

九州運輸局「欧米豪をターゲットとした九州観光関心度等の基礎調査」

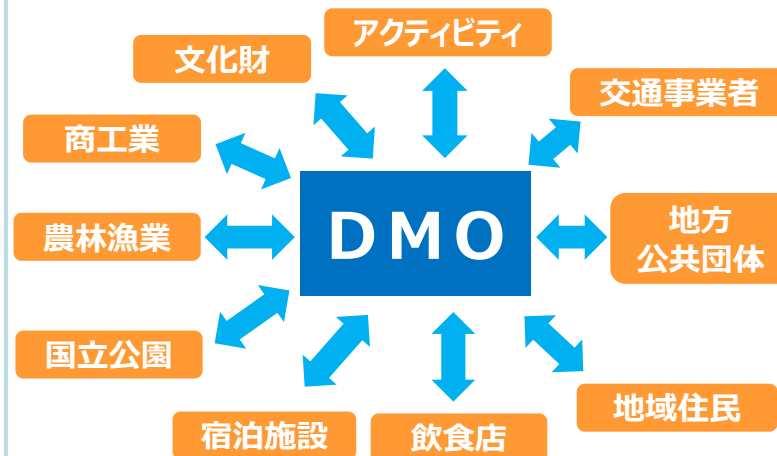
ターゲット国の多様化を図るため欧米豪を対象とした調査を実施。欧米豪からの訪日経験者の多くが九州に対して「火山」や「食」に関して良いイメージを持っているという結果を得た。

九州運輸局と管内DMOが連携し、欧米豪向けに「普段は入れない阿蘇溶岩トンネル・トレッキング」や「熊本など産地が限られる希少種・阿蘇あか牛を楽しむBBQ」といったコンテンツを造成する事業を実施。

DMOが実施する調査

調査結果を地域の取組に活用！

地域の関係者が主体的に参画した体制



地域に対するアドバイス

地方運輸局等が実施する基礎調査

受入環境整備

コンテンツ・旅行商品造成

情報発信・プロモーション

DMOのKPI検証
戦略策定

地方誘客・旅行消費拡大

「世界水準のDMO形成促進事業(外部専門人材の登用)」の取組状況

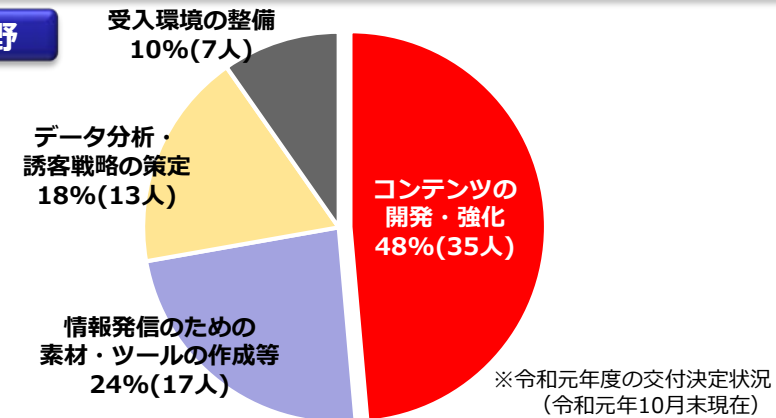
事業概要

インバウンドにより地域全体の経済効果を高めるための投資戦略やビジネスモデルを確立するための外部専門人材の登用に要する経費を支援。

【対象分野】

- ・インバウンドに関するデータ分析・誘客戦略の策定
- ・外国人旅行者に選好される魅力的なコンテンツの開発・強化
- ・外国人旅行者が快適かつ安全に周遊・滞在できる受入環境の整備
- ・国外向けの戦略的な情報発信・プロモーション
(情報発信のための素材・ツールの作成等)

登用分野



【登用例①】(一社)大雪カムイミンタラDMO

地域連携DMO

- 【区域】北海道旭川市、鷹栖町、東神楽町、当麻町、比布町、愛別町、上川町、東川町
- 【取組概要】・山岳・農・食を活かしたグリーンシーズンのコンテンツ開発
・都市型スノーリゾート構築の推進

本DMOが抱える課題

- インバウンドの受入環境整備に関する専門人材の不足
- 地域の関係者が主体的に参画した体制構築のノウハウ不足

登用された外部人材

▼村松 知木 氏

【経歴・実績】

- ・大手スキー場運営会社(マックアース社)等のアドバイザーとしてICTを活用したインバウンドの受入環境整備を推進。
- ・自治体やDMOを対象とした観光人材の育成等に関するセミナーを多数開催。



外部人材により実施される取組

- スキー場専用自動翻訳機の導入、食メニューの多様化(ムスリム対応)、キャッシュレス化等の受入環境の整備
- DMOと関係機関との連携体制を構築したこれまでの経験を活かし、本DMOを中心に地域の関係者が主体的に参画した体制を構築

【登用例②】(一社)近江ツーリズムボード

地域連携DMO

- 【区域】滋賀県彦根市、近江八幡市、米原市、愛荘町、豊郷町、甲良町、多賀町
- 【取組概要】・「近江美食都市プロジェクト」の推進
・彦根城袴散策等の独自コンテンツの造成・販売

本DMOが抱える課題

- インバウンド向けコンテンツ開発における外国人目線の不足

登用された外部人材

▼ロッド ウォルターズ 氏

【経歴・実績】

- ・インバウンド向けコンテンツの開発等を支援する会社を経営。
- ・松山市のインバウンド誘客アドバイザー等を歴任。
- ・日本酒の知見を活かしたコンテンツを開発。
(高知県の日本酒ツアーを企画)



外部人材により実施される取組

- 近江牛、県認定の近江伝統野菜、地酒等の地場産品を活かした体験コンテンツの開発
- 朝坐禅、きき茶体験、琵琶湖での水上アクティビティ等の国内向けコンテンツをインバウンド向けにアレンジ